Una radio dentro del colegio

JORGE GONZALEZ
ARGENTINA

Verónica Barcley, Lima, 1989

Ser simplemente receptores críticos de los medios de comunicación social no alcanza, es un objetivo importante pero modesto, constituye apenas la mitad del camino. La otra mitad es comenzar a producir mensajes nosotros mismos, de una manera alternativa, tratando aquella problemática que normalmente no aperece en los medios de comunicación social. Esta es la base de la propuesta que se lleva adelante en la Escuela Media Nº3 de Quilmes y que consiste en un taller de comunicación donde los alumnos elaboran mensajes para transmitirlos masivamente.

El taller de comunicación se inició como una actividad extracurricular que consistía en realizar un diario mural, producir afiches, editar una revista y elaborar un programa de radio.

Los alumnos interesados en trabajar en la radio fueron muchos, lo que supuso una dificultad para instalarse en los estudios de la radio. De todas formas las primeras veces salieron en "radios piratas". Se pensó en una solución y se decidió llevar la radio a la escuela, por lo que ahora tienen una radio funcionando en un centro educativo con chicos de 15 y 16 años. Así, se empezó a llevar parte de la vida de la escuela a los hogares de los chicos.

Se trata de una radio de FM que tiene un alcance de 15 Km con programación todo los días de 18 a 21 horas y los sábados de 11 a 18 horas. Originariamente el alcance era de diez manzanas y la programacón sólo sábados durante tres horas.

Jorge González, argentino. Comunicador social.

La audiencia la fueron generando a partir de los propios compañeros de la escuela y los padres de los propios chicos, que incluso, en una etapa posterior, comenzaron a participar en la programación. Hoy el taller está constituido no sólo por los alumnos de la escuela, sino también por chicos de siete escuelas diferentes.

La venta de la revista genera ganancias que se invierten en la radio, ya que la financiación de la revista se logra con los espacios publicitarios. Se decidió construir una microempresa cooperativa en la que se reparte todo lo que entra: se compra material para trabajos de periodismo, un porcentaje se reparte a los alumnos que venden los espacios publicitarios de la revista, a los que arman las notas. Lo obtenido a través de la publicidad además se distribuye entre las ecuelas carenciadas de la zona.

Instalar una radio no exige disponer de una fortuna, los accesorios que se le agreguen son los que encarecen: el local físico de la estación de radio es un salón que estaba abandonado en la escuela. La mayor parte del equipo estaba en la institución: una bandeja, una casetera. El micrófono lo donó el padre de una chica. El cable para la conexión lo prestó el Club de Radioaficionados de Quilmes. La antena la prestó un radioaficionado. Uno de los chicos prestó otra bandeja. El primer equipo era chico, de construcción casera, luego se consiguió uno más grande prestado por un fabricante de equipos de audio. Todos se movieron buscando donaciones, por lo que no se gastó un solo peso en insatalar la radio.

Sin lugar a dudas, es una experiencia digna de resaltar e imitar por otros colegios secundarios de América Latina. ✪

www.flacsoandes.edu.ec

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

No. 47 - NOVIEMBRE 1993

Director
Asdrúbal de la Torre

Editor (E)
Jorge Mantilla Jarrín

Consejo Editorial
Jorge Mantilla Jarrín
Edgar Jaramillo
Luis Castro
Nelson Dávila

Consejo de Administración de CIESPAL
Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la Universidad Central del Ecuador.
Presidente Alterno, Rubén Astudillo, Min. Relaciones Exteriores.
Eduardo Peña Triviño, Ministro de Educación.
Luis Castro, UNP.
Fernando Chamorro, UNESCO.
Flavio de Almeida Sales, OEA.
Raúl Izurieta, AER.
Julio Camba, Universidad Estatal de Guayaquil.
Fernando Naranjo Villacís, FENAPE.

Jefe de Redacción
Kintto Lucas

Asistente de Edición
Martha Rodríguez

Portada
Fernando Torres

Impreso
Editorial QUIPUS - CIESPAL
Portada, Imprenta Mariscal

Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador
Telf. 506-149. Telex: 22474 CIESPL ED
Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo electrónico: editor@chasqui.ec
editor%chasqui@ecuanex.apc.org
Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de *Chasqui*.

EDUCOMUNICACION

La comunicación ofrece amplias posibilidades a los procesos educativos, más allá de la oferta de los instrumentos tecnológicos. La tecnología debe superditarse al objetivo pedagógico. La comunicación debe hacer factible el proceso educativo dentro de márgenes de creatividad, expresión y participación.

4 ¿Qué significa aprender?, *Francisco Gutiérrez P., Daniel Prieto Castillo*

11 La Santa inquisición, *Enrique E. Sánchez Ruiz*

14 Mario Kaplún: Cultura de imágenes, no de sentidos, *Guillermo Orozco Gómez, Sergio Inestrosa González*

18 Lo uno y lo diverso, *José Rojas Bez*

21 El poder de la palabra, *Kintto Lucas*

ENTREVISTAS

25 Antonio Buero Vallejo: De la humanidad se puede pensar todo incluido lo peor, *Jesús Milla Alonso, Consuelo Pérez Benítez*

29 Fernando "Pino" Solanas: El viaje hacia un lenguaje propio, *Lauro Marauda*

31 Armando Rollemberg: Desafíos y perspectivas de la comunicación, *Edgar Jaramillo S.*

FORTALECIMIENTO DE LA RADIO

Las radios populares deben competir con las comerciales. No se pueden quedar rezagadas a pequeños espacios. Con creatividad, innovaciones y participación real de la población deben ir ganando espacios importantes dentro de las comunicaciones, contribuyendo a la creación de procesos democráticos y pluralistas dentro del marco de la libertad de opinión y decisión.

35 Un sueño hecho realidad, *Colectivo CX 44 Panamericana*

41 ¿Podemos hablar?, *Sara Fletcher Luther*

45 Irlanda: Liberar las ondas, *Margaretta D'Arcy*

47 La radio universitaria se mueve, *Gloria Rodríguez Garay*

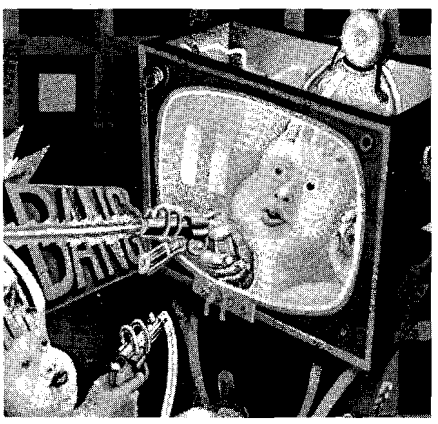
49 Diexismo, *Enrique Ramírez Cortez*

53 La radio comunitaria, *Robbin D. Crabtree*

57 ¿Radio popular o comunitaria?, *María Cristina Mata, ALER.*

60 Argentina: Una radio dentro del colegio, *Jorge González*

IMPACTO DE LA TELEVISION



El crecimiento de la televisión rebasa todas las expectativas. Se ha constituido en una escuela paralela con una amplia influencia en la sociedad.

61 Televisión regional en la Europa de las Identidades, *Bernat López*

66 España: "Telebasura" y TV de supermercado, *Pablo Azócar*

67 ¿Quién se queda con la TV por satélite en Asia?, *Joyana Sharma*

68 La televisión segmentada, *Luiz Guilherme Duarte*

72 "Yo soy Batman, tu sos Robin", *Alvaro Pan, Daniel Erosa*

76 Fernando Andacht: La TV y la falta de estereotipos, *Alvaro Pan, Daniel Erosa*

77 México: Propuestas televisivas y proyecto político, *Sergio Inestrosa*

80 Nicaragua: Una televisión melodramática, *Roberto López*

81 Colombia: Sexo y violencia en la pantalla, *María Isabel Gracia*

82 El enlatamiento televisivo del arte, *Reynaldo Pareja*

UNICEF

91 El poder sutil de la telenovela, *Patricia Iriarte*

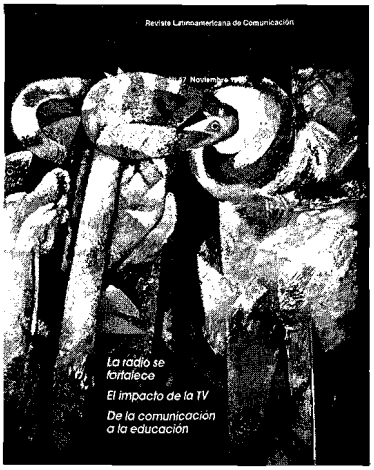
93 El tercer canal, *George McBean*

94 Las comadronas y su oficio ritual, *Oscar Liendo*

ACTIVIDADES DE CIESPAL

96 Lucía Lemos: De a poquito en las nuevas tecnologías, *Martha Rodríguez*

99 RESEÑAS



NUESTRA PORTADA

Carnaval de los animales,
serigrafía de Fernando Torres,
1991, 75 cm x 55 cm.
El autor es ecuatoriano y su obra ha sido expuesta en diversas muestras nacionales e internacionales
Taller: Jorge Washington 656 y Amazonas. 2do. piso. Telf. 527 629
Quito - Ecuador

Fotografía: Ramiro Jarrín

FOTO DE PORTADA INTERIOR
Oscar Bonilla
PRISMA
Agencia de Imágenes de América Latina
Av. Bartolomé Mitre 1488, of. 202
Casilla C.10985. Telf. 963-273
Montevideo - Uruguay